

Livre blanc

Transformation digitale

Organismes de formation,
réussissez votre révolution numérique

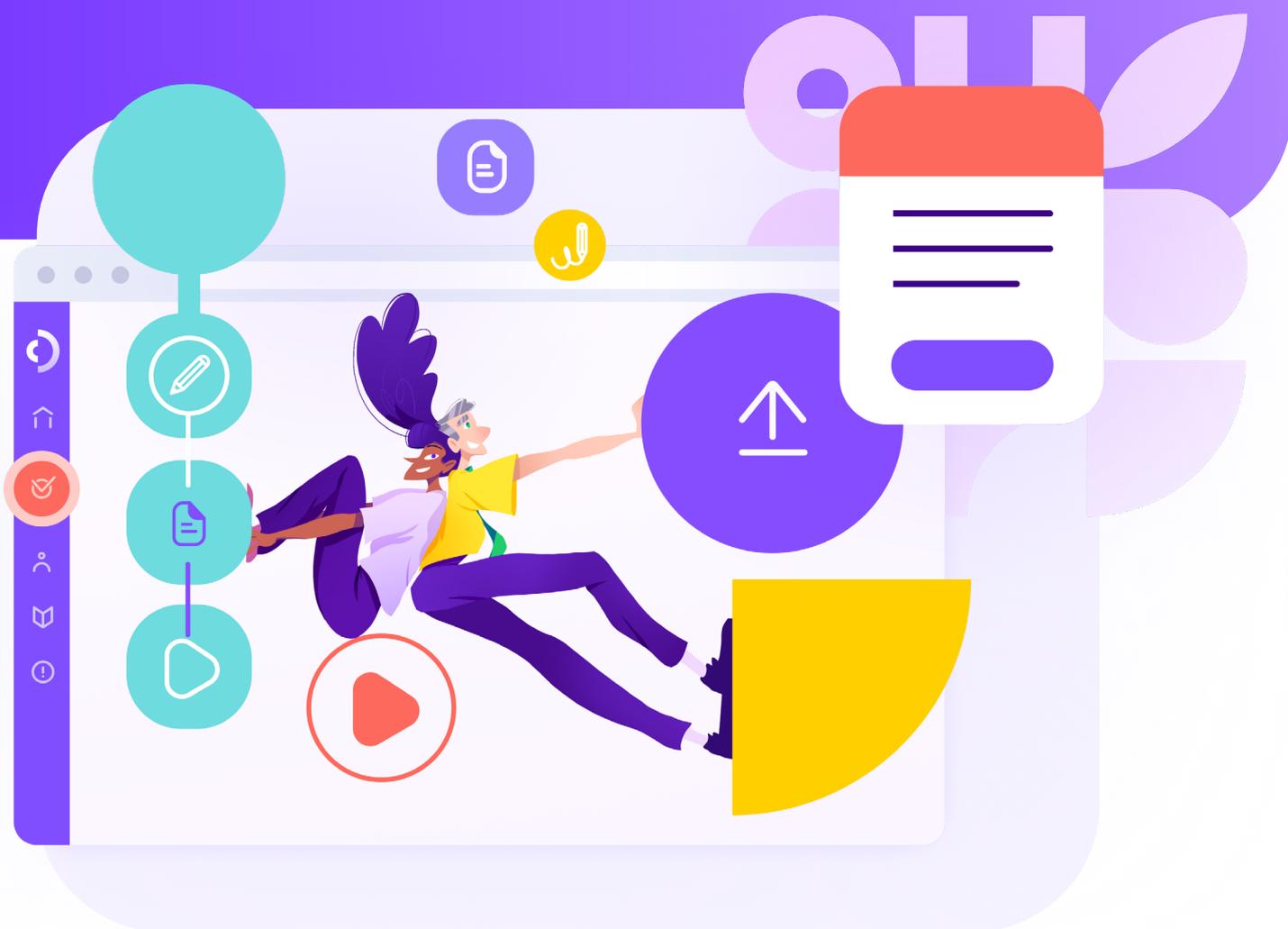
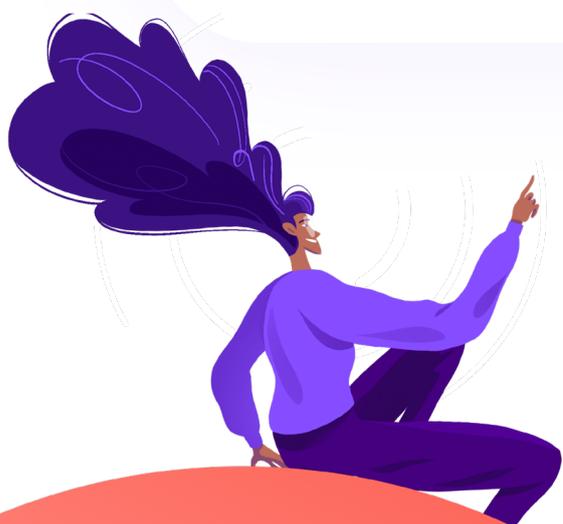




Table des matières

Introduction	3
Gestion administrative	5
Gestion des formations	7
Offre de formations	9
Qualité des formations	11
Performances commerciales	14
Conclusion	17
Pour aller plus loin	19
Bibliographie	19





Introduction

La transformation digitale des organismes de formation, c'est plus qu'un effet de mode : c'est devenu une condition de survie.

Les chiffres sont sans appel : **87 %** des responsables d'organismes de formation estiment que le numérique est une opportunité pour se réinventer, mais aussi un passage obligé face aux mutations du secteur (Baromètre ISTF 2024). Et si **68 %** considéraient déjà cette transformation comme irréversible il y a quelques années, aujourd'hui, on parle surtout d'accélération, de pression concurrentielle et... d'IA.

Depuis la pandémie, puis l'adoption de l'IA Act par l'Union européenne en 2024, les organismes sont entrés dans une nouvelle ère. Une ère où il ne suffit plus de « digitaliser la gestion » ou « mettre quelques modules en ligne ». Il faut repenser l'ensemble du modèle : catalogue, formats, interactions, pilotage, conformité. Bref, tout est à réinventer.

Une révolution à plusieurs niveaux

Derrière les outils, ce sont les pratiques humaines, la posture pédagogique et l'organisation même des OF qui doivent évoluer. Car oui, ce n'est pas en remplaçant Excel par un ERP qu'on devient digital. Ce n'est pas en hébergeant une vidéo qu'on transforme une formation. La vraie question, c'est : comment répondre aux attentes d'apprenants ultra-connectés, en quête d'autonomie, de flexibilité et de sens ?

Les formations hybrides se généralisent, les parcours s'individualisent grâce à l'IA, la traçabilité devient une exigence réglementaire. En parallèle, les contraintes budgétaires et écologiques imposent de faire mieux... avec moins.



Des freins bien réels

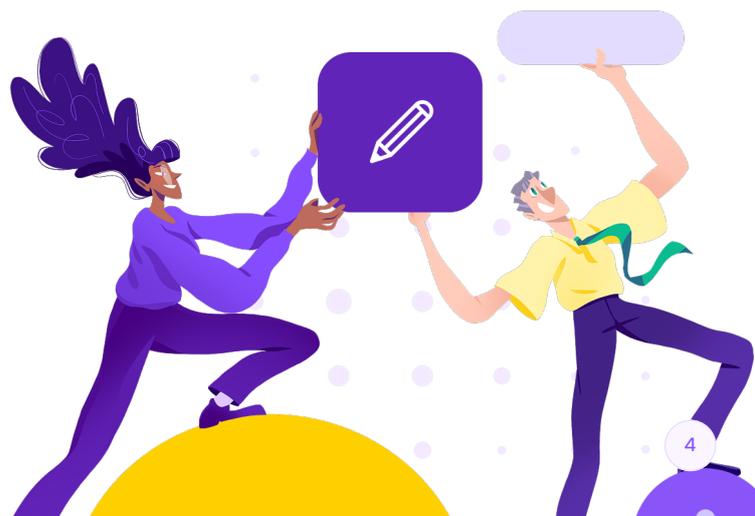
Malgré les avancées, beaucoup d'organismes peinent à franchir le cap. Le coût d'investissement reste un frein pour **78 %** des petites structures (Learning Technologies France, 2023). À cela s'ajoutent des résistances humaines, un manque de compétences internes et une complexité perçue des outils.

Mais ne pas agir, c'est risquer de sortir du jeu. Entre les plateformes de MOOC, les indépendants qui vendent en direct sur Instagram, et les grandes écoles qui lancent leurs campus **100 % en ligne**, l'intermédiation classique est fragilisée. L'heure est venue de revoir ses fondamentaux.

Ce livre blanc, pour quoi faire ?

Ce document n'est ni un manuel technique, ni un catalogue d'outils. C'est un guide stratégique. Une boussole pensée pour les dirigeant·es, responsables pédagogiques, gestionnaires ou formateurs qui veulent transformer leur organisation sans sacrifier leur mission.

On y parlera automatisation, évaluation, conformité, mais aussi éthique, accessibilité et sobriété numérique. On y posera les vraies questions : faut-il tout digitaliser ? Comment intégrer l'IA sans trahir sa pédagogie ? Comment embarquer son équipe dans la durée ? Et surtout : comment ne pas subir la transformation, mais la piloter ?





Gestion administrative

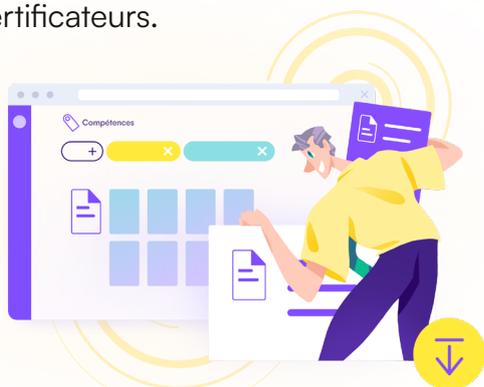
Piloter un organisme de formation sans solution digitale aujourd'hui, c'est comme gérer une gare sans horloge ni tableau d'affichage. À l'heure où les exigences administratives se multiplient et où les équipes travaillent à distance, la centralisation des données, l'automatisation des tâches et la conformité réglementaire sont devenues des enjeux vitaux.

Organisation numérique : de l'ERP au pilotage mobile

La transformation digitale ne se limite pas à « dématérialiser les documents ». Elle engage un changement de culture et d'organisation. Passer d'une gestion artisanale à une structure 4.0, c'est centraliser toutes les fonctions clés dans un environnement collaboratif et sécurisé, souvent en mode SaaS.

Données stagiaires, conventions, convocations, suivi des paiements, BPF, indicateurs qualité... tout transite dans une seule base de données centralisée. Résultat : **un pilotage en temps réel, accessible depuis une tablette ou un smartphone.** Fini les tableaux Excel éparpillés, place aux tableaux de bord dynamiques.

Et ce n'est pas qu'un gain de temps : c'est un **gage de fiabilité**, de **traçabilité** et de **réactivité** face aux financeurs, OPCO ou certificateurs.



Réduction des coûts et automatisation des flux

Automatiser la gestion des inscriptions, des convocations, des relances ou de la facturation ne relève plus de la science-fiction. C'est un levier de productivité immédiat. Certaines plateformes permettent même de générer automatiquement le BPF ou de synchroniser les plannings formateurs avec les feuilles d'émargement numériques.

Pour les structures contraintes en effectif, c'est la garantie de recentrer les ressources sur l'essentiel : l'accompagnement pédagogique.

L'intégration avec les outils comptables, l'automatisation du suivi de trésorerie ou encore la gestion prévisionnelle des flux permettent également de rationaliser les coûts tout en sécurisant l'activité.

Conformité RGPD et cybersécurité

Depuis l'entrée en vigueur du RGPD, et désormais avec les contraintes du futur IA Act, la gestion des données personnelles n'est plus négociable. Héberger ses données chez un prestataire américain sans

audit, utiliser des signatures numériques non certifiées ou stocker ses conventions sur Google Drive, c'est s'exposer.

Une plateforme conforme doit garantir :

- Le chiffrement des données (SSL, hébergement en Europe),
- L'archivage sécurisé et la traçabilité,
- L'accès restreint aux données sensibles.

Les organismes de formation doivent aussi pouvoir démontrer qu'ils respectent la confidentialité des données stagiaires, clients et formateurs. C'est désormais un critère de certification.

Interconnexion avec le site web et services en ligne

Le site Internet n'est plus une vitrine, mais un point d'entrée stratégique. Connecté à une plateforme de gestion, il permet :

- L'inscription directe aux sessions,
- La génération automatique des documents associés,
- La mise à jour en temps réel du catalogue et des disponibilités,
- La gestion documentaire partagée avec les stagiaires et intervenants.

Certains outils proposent même un mini-site dédié par action de formation, personnalisable, avec accès sécurisé pour chaque partie prenante.

Vers le zéro papier : dématérialisation intelligente

Les OF sont soumis à des obligations légales de signature (conventions, émargements, attestations). Le recours à la signature électronique certifiée devient incontournable, à condition de choisir une solution compatible avec les contraintes budgétaires du secteur.

La dématérialisation ne se limite pas à un scan PDF. Elle suppose :

- L'automatisation des modèles documentaires,
- L'injection dynamique des données (stagiaires, dates, formateurs),
- L'enregistrement des actions pour justificatif en cas de contrôle.

Les économies de temps cumulées sur la production documentaire peuvent représenter plusieurs jours-hommes par mois, selon le volume d'activité.

En résumé

La digitalisation de la gestion administrative n'est pas un luxe : c'est le socle de toute transformation durable.

Elle permet d'automatiser ce qui doit l'être, de fiabiliser les flux et de libérer du temps pour ce qui compte : la pédagogie, l'accompagnement, l'innovation.

Et surtout, elle repositionne l'organisme dans une logique d'efficacité, de transparence et de conformité. Des valeurs devenues indispensables dans un environnement de plus en plus exigeant.

Gestion des formations

La transformation digitale n'a de sens que si elle touche le cœur de métier : la formation elle-même. Si l'admin est le squelette, la pédagogie, c'est le système nerveux. Et aujourd'hui, il faut que tout circule plus vite, plus loin, et surtout, plus intelligemment.



Le LMS classique ne suffit plus

Les plateformes LMS historiques ont rendu service, mais elles ont vieilli. Trop rigides, trop descendantes, pas assez engageantes. Aujourd'hui, les organismes qui avancent vite basculent vers des Learning Experience Platforms (LXP), plus souples, plus centrées sur l'apprenant, et connectées à tout l'écosystème (outil auteur, visio, CRM, analytics...).

On n'est plus dans la simple diffusion de contenus : on parle de parcours adaptatifs, de ressources à la carte, de communautés d'apprentissage intégrées.

Le modèle Netflix de la formation, ce n'est pas un gadget. C'est une réponse à la saturation cognitive des apprenants et à leur besoin de contrôle sur leur temps.

Personnalisation des parcours : l'effet IA

L'IA générative change la donne. En 2025, un parcours de formation peut être personnalisé en temps réel, en fonction du profil, des réponses ou de l'historique de l'apprenant.

Des outils comme Nolej, Edtake, ou même des agents IA comme ChatGPT ou Claude permettent :

- De créer automatiquement des modules selon un référentiel de compétences,
- De générer des quiz ou des vidéos à la volée,
- De proposer des feedbacks ciblés après chaque exercice.

Et ce n'est pas un luxe : c'est un levier concret pour **améliorer la rétention**, **réduire les abandons**, et **renforcer la montée en compétence effective**.

Accompagner sans surcharger : tutorat digitalisé

Dans un monde asynchrone, le risque, c'est de perdre le lien humain. Les bons OF l'ont compris : ils digitalisent... sans désincarner.

Le tutorat devient une brique stratégique. Qu'il soit humain, automatisé ou mixte, il doit :

- Suivre la progression,
- Relancer avec tact,
- Être disponible au bon moment, pas en continu.

Un bon agent conversationnel peut gérer **80 %** des questions fréquentes. Le reste relève d'un formateur bien formé, capable d'entrer en relation.

Évaluation continue et traçabilité

Là aussi, l'IA bouscule les pratiques.

Les quiz adaptatifs, l'analyse automatique des réponses libres, ou encore la détection des signaux faibles (ralentissement, perte de motivation) permettent de déclencher des actions correctives sans attendre la fin du module.

✚ Mais attention : qui dit data, dit cadre.
L'analyse ne doit jamais se substituer à l'accompagnement.

Et pour être Qualiopi-compatible, chaque évaluation doit être traçable, contextualisée, et exploitée pédagogiquement. Sinon, c'est juste une note de plus dans une base de données vide de sens.

Classes virtuelles, vidéos, modules : un équilibre à trouver

Le digital ne doit pas conduire à l'uniformité. Un bon dispositif, c'est un assemblage judicieux de briques complémentaires :

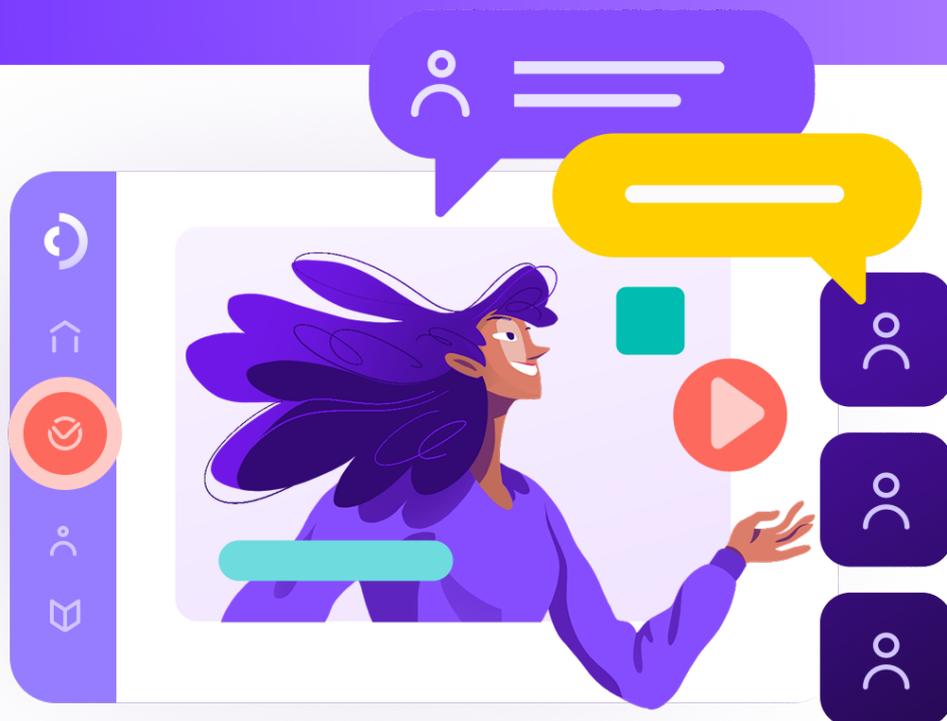
- Vidéo courte pour capter l'attention,
- Activité pratique pour faire,
- Classe virtuelle pour débattre,
- Document synthèse pour ancrer.

Les apprenants d'aujourd'hui switchent vite. Un dispositif efficace, c'est un dispositif rythmé. Pas besoin de technologie dernier cri. Il faut surtout une vraie intention pédagogique derrière chaque modalité.

En résumé

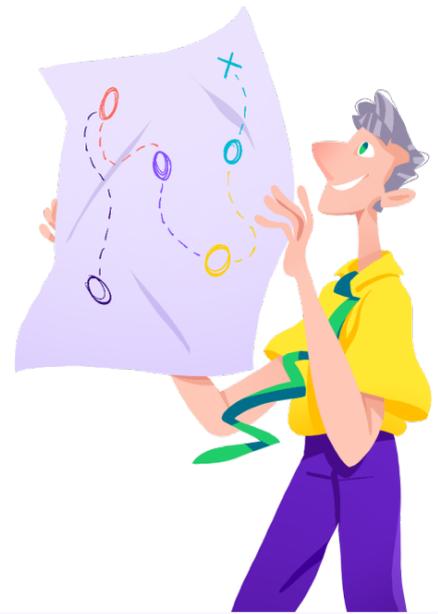
Digitaliser la gestion des formations, ce n'est pas « mettre du contenu en ligne ». C'est penser l'expérience apprenant, concevoir des parcours vivants, et outiller l'accompagnement sans le diluer.

C'est ce travail de couture fine, mêlant stratégie, technologie et pédagogie, qui fait la différence entre un simple transfert de contenu... et une véritable transformation.



Offre de formations

On a longtemps cru que digitaliser son offre, c'était scanner son catalogue PDF et créer quelques modules sur Moodle. L'offre de formation ne se pense plus comme une brochure, mais comme un produit vivant, modulaire, personnalisable. La question n'est plus « quel contenu ? », mais « pour qui, comment, quand, et à quelle valeur ajoutée ? ».



Modularisation : sortir du tout ou rien

Les apprenants n'achètent plus des blocs de 40 heures en aveugle. Ils veulent du **ciblé**, du **court**, du **tout de suite**.

C'est là que la logique de modularisation devient centrale.

Découper une formation en briques de compétences, c'est :

- Permettre un accès à la carte,
- Faciliter la mise à jour rapide des contenus,
- Mieux coller aux logiques de financement (CPF, entreprises, POEI, etc.).

Les organismes qui tirent leur épingle du jeu proposent une offre granulaire, avec des entrées multiples : niveau, thématique, modalité, durée.

Microlearning et just-in-time : efficacité terrain

Le microlearning n'est plus une tendance, c'est une réalité opérationnelle.

Modules de moins de 5 minutes, accès mobile, formats interactifs. L'idée : **apprendre ce qu'il faut, au moment où on en a besoin.**

C'est la logique du just-in-time learning intégration dans les outils métiers, notifications contextuelles, podcasts d'1 minute, vidéos à la TikTok avec quizz intégré.

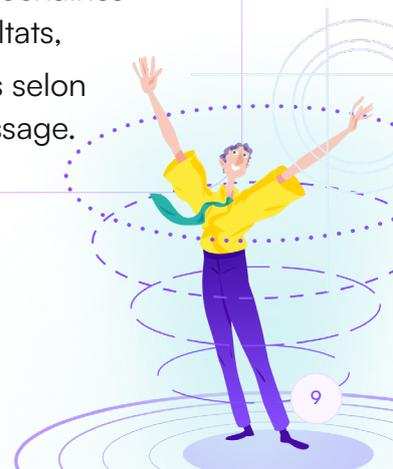
Et contrairement aux idées reçues, ça ne sacrifie pas la pédagogie. Si c'est bien construit, c'est même plus efficace qu'un cours descendant d'1h30.

Personnalisation des parcours

On ne parle plus seulement de prérequis. On parle de parcours individualisés, générés dynamiquement selon le profil, les besoins, les retours d'évaluation.

L'intelligence artificielle permet aujourd'hui de :

- Générer automatiquement un parcours à partir d'un référentiel,
- Recommander les prochaines étapes selon les résultats,
- Adapter les contenus selon le rythme d'apprentissage.



Certains organismes vont plus loin avec des coachs IA qui guident les apprenants tout au long de leur progression. Et ce n'est pas de la science-fiction. C'est en production, chez des acteurs bien implantés.

Expérience utilisateur = facteur différenciant

Un bon contenu mal présenté, c'est un contenu invisible.

L'UX des plateformes devient un facteur d'engagement déterminant. Navigation simple, design épuré, accès multidevice, parcours gamifiés... L'apprenant juge en moins de 3 clics.

Les organismes les plus avancés adoptent des logiques de branding pédagogique : une signature visuelle, un ton, une cohérence de l'expérience.

Ce n'est plus accessoire : **c'est ce qui donne envie de revenir.**

Sobriété numérique et impact environnemental

Une offre de formation moderne ne peut plus ignorer son empreinte écologique.

Vidéo HD, serveurs énergivores, outils américains hébergés à l'étranger...

Tout ça a un coût invisible.

Là aussi, les pionniers avancent :

- Formats vidéo optimisés,
- Serveurs hébergés en France,
- Éco-conception des modules,
- Limitation des redondances et poids inutiles.

Intégrer ces éléments dans l'offre, c'est assumer une responsabilité, mais aussi adresser une attente croissante des apprenants et des entreprises clientes.

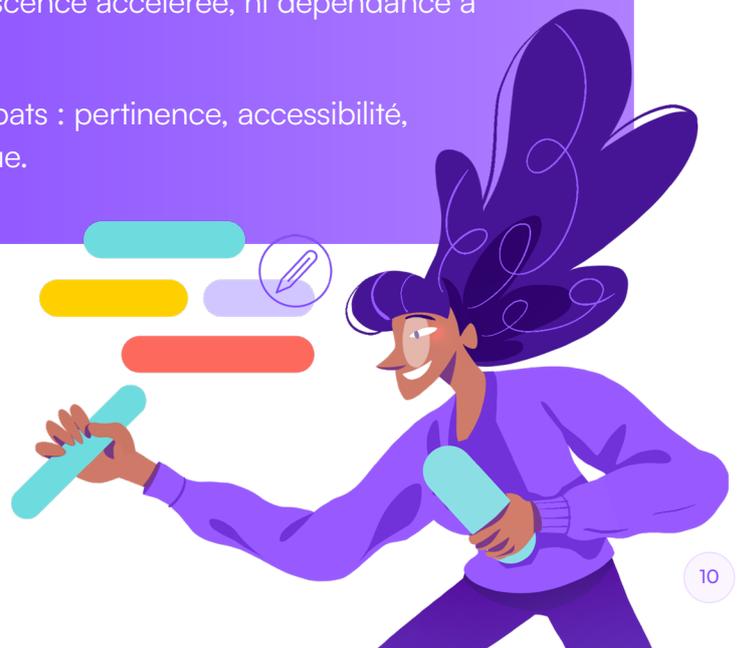
En résumé

L'offre de formation ne se résume plus à une liste de modules.

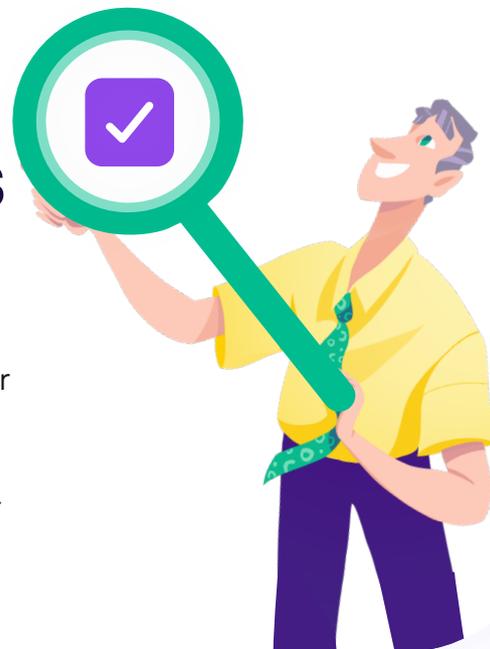
C'est un produit à valeur ajoutée, pensé pour un usage réel, personnalisé, modulaire et engageant.

Et surtout : pensé pour durer, sans obsolescence accélérée, ni dépendance à des outils opaques.

Construire une offre, c'est choisir ses combats : pertinence, accessibilité, sobriété, scalabilité. C'est là que tout se joue.



Qualité des formations



Pendant longtemps, on a confondu qualité avec conformité. Aujourd'hui, ce n'est plus suffisant.

Un organisme peut cocher toutes les cases Qualiopi et proposer une expérience apprenant complètement ratée. À l'inverse, des dispositifs non certifiés peuvent générer un engagement exceptionnel. Moralité : la qualité ne se mesure pas uniquement à l'audit, mais à l'impact.

De la conformité à l'utilité réelle

La certification Qualiopi a structuré le marché. Et c'est une bonne chose : elle a professionnalisé les pratiques, assaini les catalogues, et mis fin à une partie des abus. Mais, l'exigence va au-delà.

L'utilité réelle d'une formation se mesure à trois niveaux :

- 1 La progression observable de l'apprenant,
- 2 La transférabilité immédiate en situation pro,
- 3 L'adéquation entre promesse initiale et expérience vécue.

C'est là que les plateformes, l'IA et la conception pédagogique se rejoignent.



Qualité perçue : l'apprenant au centre

Ce qui fait la différence, ce n'est pas le nombre de modules ou le taux de complétion.

C'est le ressenti de l'apprenant : a-t-il été pris au sérieux ? A-t-il eu l'impression d'apprendre quelque chose d'utile ? Est-ce qu'on lui a donné de l'autonomie, sans le laisser seul ?

En digital, la qualité perçue passe par :

- Une interface fluide et sans friction,
- Un parcours clair, avec des feedbacks immédiats,
- Une relation humaine, même à distance.

Les meilleurs retours ne viennent pas forcément des contenus les plus denses, mais des dispositifs les plus lisibles et rassurants.

Accessibilité numérique : fin de l'impunité

Depuis 2025, le RGAA s'applique pleinement aux organismes de formation de plus de **10 salariés** ou **2 M€ de chiffre d'affaires** dans certains secteurs.

Traduction : tous les contenus, plateformes, supports doivent être accessibles selon **106 critères** précis.

Ce n'est pas une option. C'est une **obligation légale**.

Et c'est surtout une question d'inclusion. Une formation de qualité n'exclut personne. Elle prévoit des alternatives : sous-titres, contrastes, navigation clavier, version texte.

Certains prestataires accompagnent cette mise en conformité, mais peu d'organismes sont réellement prêts. Là aussi, c'est un facteur de différenciation.

Évaluation continue, pas cosmétique

Un QCM à la fin, ce n'est pas de l'évaluation.

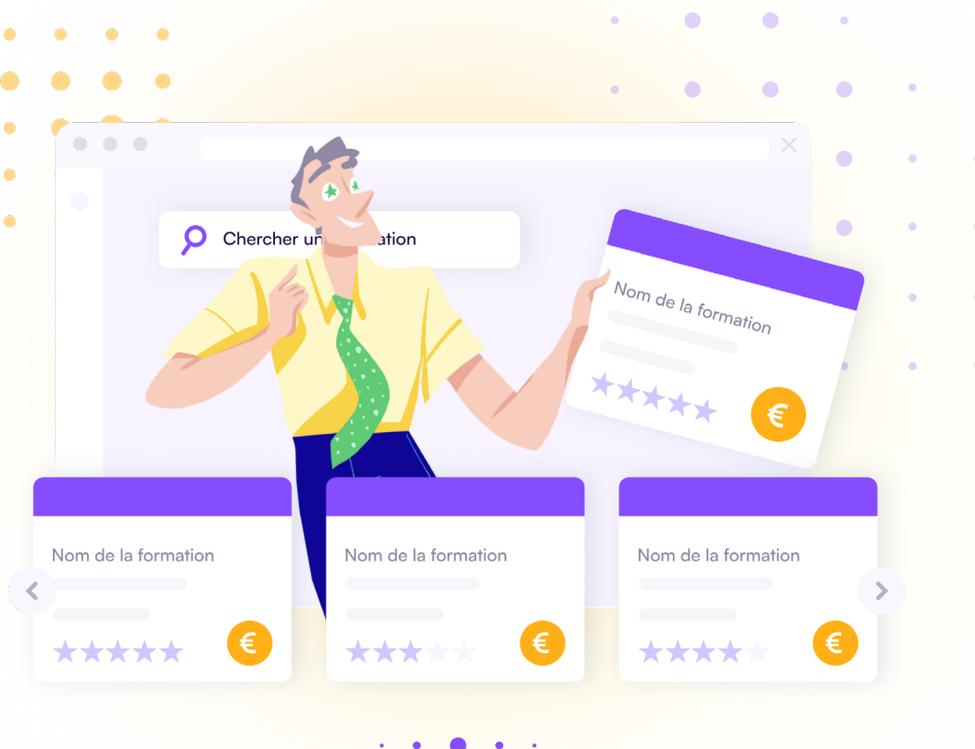
La qualité passe par une évaluation intégrée au parcours, utile pour l'apprenant et pour l'équipe pédagogique.

Les bons dispositifs intègrent :

- Des quiz formatifs intelligents,
- Des feedbacks immédiats et contextualisés,
- Des indicateurs d'alerte (temps de connexion, taux d'échec, abandons),
- Une capacité à ajuster le parcours à la volée.

Et surtout, ils exploitent ces données pour faire évoluer la formation en continu.

C'est ça, la qualité vivante.



Conformité IA et auditabilité des parcours

Avec l'entrée en vigueur de l'IA Act, toute utilisation d'IA dans la formation doit être explicable, traçable et supervisée par un humain.

Cela veut dire :

- Documenter les règles de personnalisation,
- Tracer les décisions algorithmiques,
- Garder la main sur le contenu proposé à l'apprenant.

Un organisme de formation ne peut pas sous-traiter sa responsabilité à une machine.

La qualité, ici, c'est de savoir ce que fait l'IA, et pourquoi. Sinon, c'est du gadget.

En résumé

Une formation de qualité, ce n'est pas une formation parfaite.

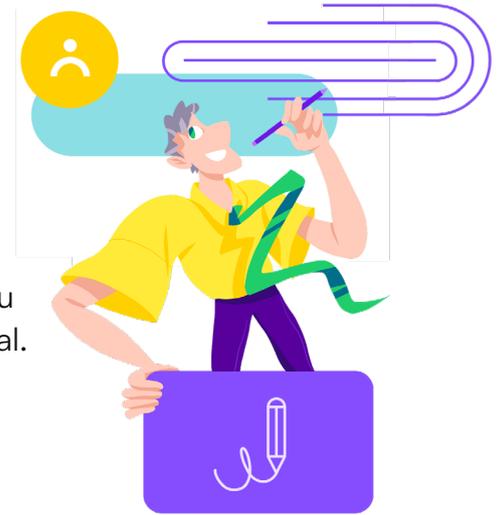
C'est une formation qui fait progresser, qui respecte ses engagements, et qui reste lisible pour tous les publics.

C'est une démarche continue, pas une photo figée. Et c'est aussi un levier stratégique : celui qui maîtrise la qualité perçue et prouvée sort du lot. Clairement.



Performances commerciales

La transformation digitale n'est pas qu'un enjeu pédagogique ou administratif. C'est aussi un levier de développement commercial. Vendre une formation, ce n'est plus décrocher son téléphone et espérer un bon taux de remplissage. C'est piloter un tunnel, engager une communauté, démontrer son impact et inspirer confiance. Bref : c'est tout un métier.



De la prospection à l'activation : un parcours à designer

Aujourd'hui, le parcours client dans la formation ressemble à celui du e-commerce : on s'informe, on compare, on lit les avis, on pose des questions, et on veut une réponse immédiate.

Un organisme performant :

- Capte des leads depuis plusieurs canaux (LinkedIn, Google, YouTube, sites partenaires),
- Automatise les relances sans déshumaniser la relation,
- Dispose d'un CRM connecté à son LMS pour adapter les relances selon le niveau d'engagement réel,
- Permet l'inscription en ligne en moins de 3 minutes, CPF compris.

Plus personne n'attend un devis sous 15 jours. **La fluidité commerciale est devenue un critère de crédibilité.**

CPF, reste à charge et logique de preuve

Depuis l'instauration du reste à charge de **102,23 €** (mai 2024), les règles du jeu ont changé.

Les apprenants individuels comparent davantage, attendent une offre claire, compréhensible, sécurisée. Et surtout, ils veulent des preuves.

Cela implique :

- Des fiches programme lisibles et orientées résultats,
- Des témoignages clients authentiques,
- Des exemples concrets de transformation obtenue,
- Un accompagnement CPF bien scénarisé (webinaires, tutos, WhatsApp...).

Dans ce contexte, le storytelling de l'organisme devient stratégique. Il faut rassurer sans survendre.

Branding pédagogique et positionnement

La différenciation ne se fait plus uniquement sur le contenu, mais sur l'expérience.

Certains organismes construisent de véritables identités pédagogiques : ton, univers visuel, posture d'accompagnement. Ce branding ne s'invente pas : il se construit, il se décline, il se vit.

Un bon branding pédagogique permet :

- ✓ D'identifier clairement sa cible,
- ✓ D'installer une image de marque cohérente (même en B2B),
- ✓ De fidéliser au-delà de la première formation.

Le bouche-à-oreille digital, ça ne se déclenche pas avec un bon PowerPoint. Ça se déclenche avec une **promesse tenue** et une **expérience qui marque**.

Pilotage des performances et données

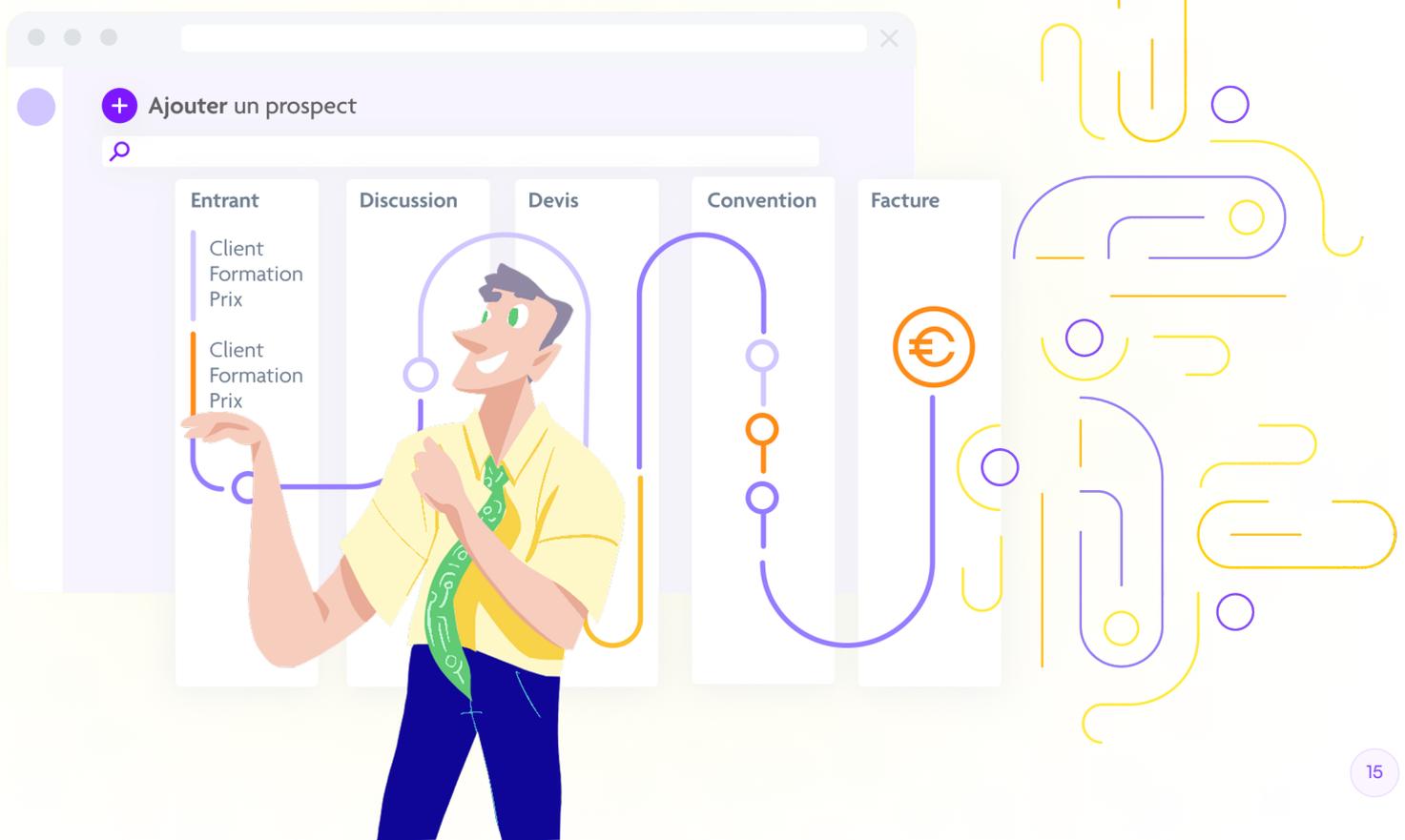
L'analyse des performances commerciales n'est plus réservée aux grandes structures.

Les bons outils permettent de suivre :

- Le coût d'acquisition par canal,
- Le taux de transformation par formation,
- Le panier moyen par segment client,
- La marge nette par dispositif.

Certaines plateformes intègrent même des dashboards IA pour recommander des actions commerciales : ajustement des prix, segmentation plus fine, relances automatiques optimisées.

🚩 Mais attention : **les données n'ont de valeur que si elles sont lues, interprétées et suivies d'effet.**



IA commerciale : gain de temps, pas de sens

L'IA peut générer des mails de prospection, segmenter une base de leads, analyser les freins d'achat.

Mais elle ne remplace pas l'alignement entre la promesse commerciale et l'expérience réelle.

Les bons usages sont :

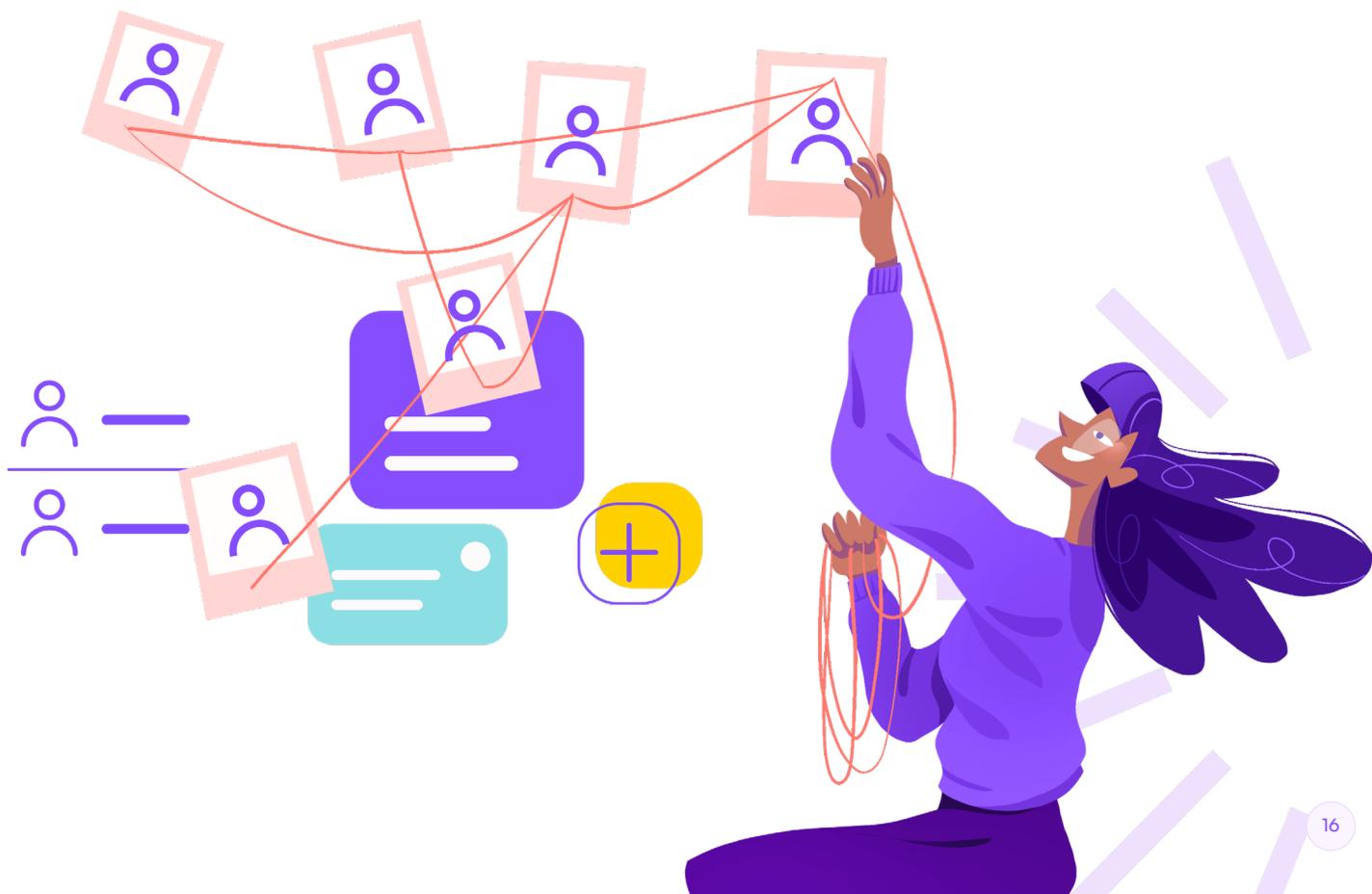
- ✓ La rédaction assistée (mais relue),
- ✓ L'analyse de sentiment dans les retours clients,
- ✓ Le scoring automatique des leads selon leurs comportements.

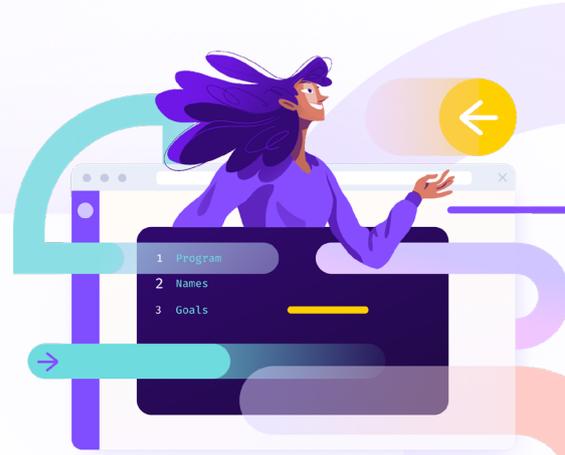
L'enjeu est de **gagner du temps là où il y a peu de valeur ajoutée humaine**, pour réinvestir ce temps dans des interactions à forte valeur (diagnostic, relation, réassurance).

En résumé

Vendre une formation, c'est construire une relation de confiance, fondée sur la clarté, la preuve et l'engagement.

Ceux qui réussissent ne sont pas ceux qui crient le plus fort, mais ceux qui accompagnent vraiment — dès le premier clic. Et ça, la tech peut l'amplifier, mais jamais le remplacer.





Conclusion

Transformer un organisme de formation à l'ère du numérique, ce n'est pas cocher des cases.

C'est repenser ses pratiques, ses outils, sa posture. Ce n'est pas un chantier technique. C'est une décision stratégique.

On l'a vu tout au long de ce livre blanc : la digitalisation n'est ni une mode, ni une option. C'est une exigence durable, dictée par les usages des apprenants, les attentes des financeurs, les exigences réglementaires, et les opportunités offertes par les technologies.

Les organismes qui réussissent ont un point commun

Ils ne courent pas après chaque nouveauté.

Ils choisissent, structurent, testent, mesurent. Ils savent que l'outil ne fait pas la pédagogie, mais qu'un bon outil peut décupler l'impact d'une intention bien pensée.

Ceux qui réussissent :

- Avancent par étapes, avec des pilotes avant de généraliser,
- Forment leurs équipes en continu (et pas juste une fois à l'outil),
- Investissent dans le design pédagogique autant que dans la technique,
- Mesurent ce qui compte : la progression des apprenants, la satisfaction réelle, le retour opérationnel.

Ce qui change vraiment avec 2025

Trois bascules sont à l'œuvre :

- 1 **Technologique** : l'IA, les LXP, l'automatisation ne sont plus des options, mais des standards.
- 2 **Pédagogique** : le modèle transmissif s'efface au profit de parcours personnalisés, ancrés, hybrides.
- 3 **Réglementaire** : entre RGPD, IA Act et accessibilité, l'environnement impose de la rigueur, de la traçabilité, de l'éthique.

C'est dans ce contexte que les organismes doivent naviguer. Et ça demande une vision claire, des partenaires solides, et une vraie capacité à apprendre — collectivement.

L'enjeu : faire de la transformation un levier, pas un fardeau

La digitalisation n'a de sens que si elle améliore l'expérience, l'efficacité, et l'impact. Sinon, ce n'est qu'un transfert d'outil, un coup de peinture.

Ceux qui tireront leur épingle du jeu seront ceux qui articuleront :

- Des contenus utiles,
- Des formats accessibles,
- Une relation humaine forte,
- Une éthique assumée.

Pas ceux qui courent après la dernière plateforme à la mode. Mais ceux qui savent pourquoi ils forment, pour qui, et avec quel effet attendu.





Pour aller plus loin :

Ce livre blanc n'a pas vocation à dicter une marche à suivre unique. Il vise à fournir des repères, des points de vigilance, des inspirations.

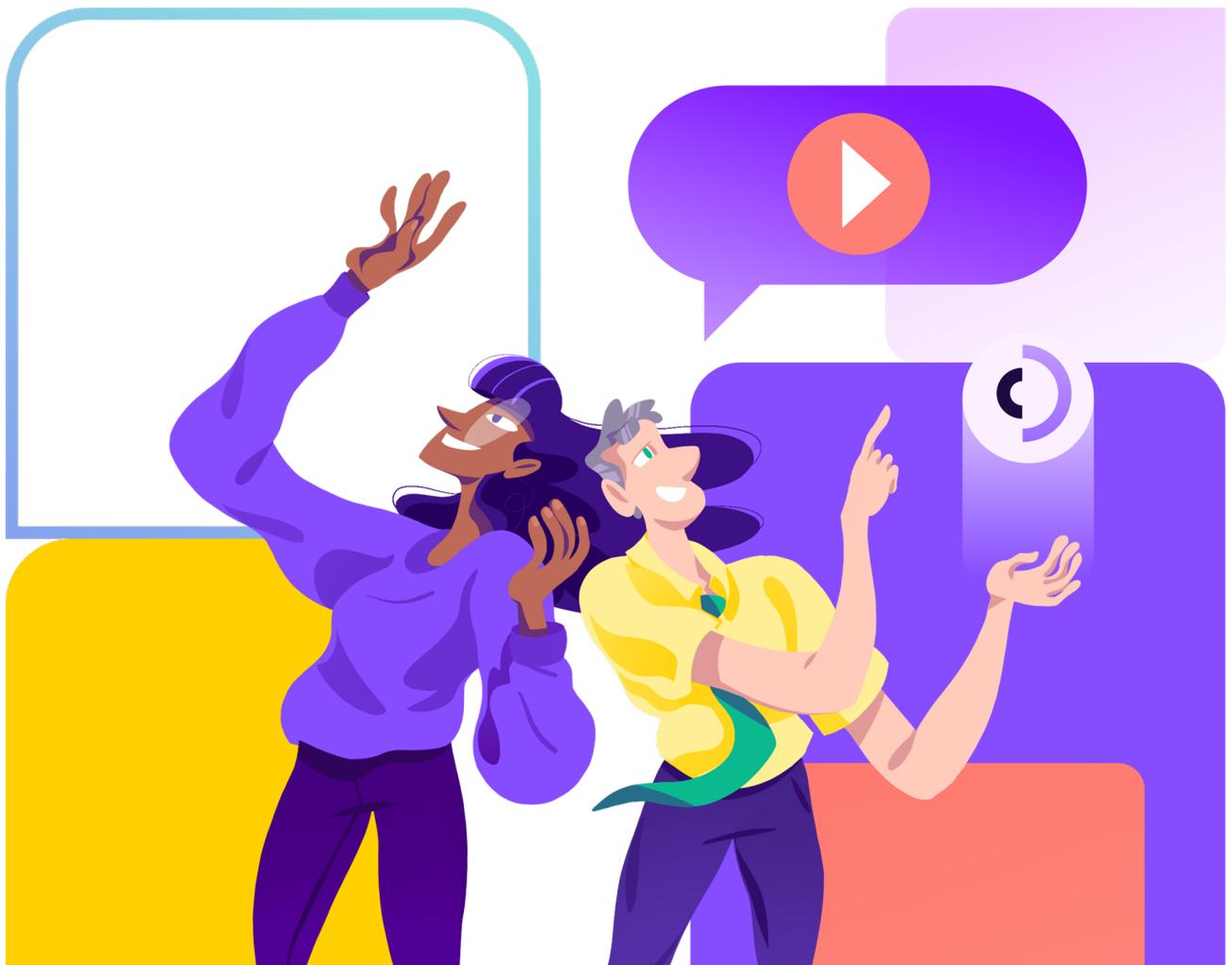
Chaque organisme est unique. Mais ceux qui s'autorisent à repenser, tester, itérer, ajuster sont ceux qui progresseront.

Et ce n'est pas la technologie qui fera la différence. C'est ce que vous en ferez.

Bibliographie

- 👉 [Baromètre ISTF. \(2024, février\). Les chiffres 2024 du digital learning. ISTF.](#)
- 👉 [Direction interministérielle du numérique \(DINUM\). \(2023, avril 18\). Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité \(RGAA 4.1\). Service public.](#)
- 👉 [European Parliament. \(2024, mars 13\). EU AI Act: First regulation on artificial intelligence. European Parliament News.](#)
- 👉 [IAPP — International Association of Privacy Professionals. \(2024, mars 18\). Top 10 Operational Impacts of the EU AI Act.](#)
- 👉 [Learning Technologies France. \(2024, octobre 14\). Après le tsunami IA Générative... quels enseignements pour 2025 ?](#)
- 👉 [Ainoa. \(2025, avril\). Digital learning : quelles tendances pour 2025 ?](#)
- 👉 [Conсор & ISTF. \(2024, janvier 26\). Les tendances de l'apprentissage numérique en 2024.](#)

Digiforma



La plateforme tout-en-un pour
les professionnels de la formation

digiforma.com

in

f

